

**ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, KUALITAS PRODUK,
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-
COMMERCE* SHOPEE**

(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)



SKRIPSI

**Disusun Guna Memenuhi Tugas Dan Syarat-Syarat Guna Pengajuan
Skripsi Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Disusun Oleh:

FATIN FADILA

B100150195

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2019



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 717417, Fax. 715448 Surakarta 57102
Website: <http://www.ums.ac.id> Email: Ums@ums.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini pembimbing skripsi tugas akhir.

Nama : Dra. Chuzaimah, M.M.

Telah membaca dan mencermati skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, KUALITAS PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE*
SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

Oleh:

FATIN FADILA

B100150195

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 03 Agustus 2019

Pembimbing

(Dra. Chuzaimah, M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertandatangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, KUALITAS PRODUK,
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-
COMMERCE SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa Universitas
Muhammadiyah Surakarta)**

Yang ditulis oleh :

FATIN FADILA

B100150195

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 03 Agustus 2018

Pembimbing



(Dra. Chuzaimah, M.M.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **FATIN FADILA**
NIM : **B 100 150 195**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK IKLAN,
KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE
SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa Universitas
Muhammadiyah Surakarta)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 03 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,



(FATIN FADILA)

MOTTO

“Boleh jadi tidak menyenangkan sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu buruk bagimu, Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui”

(QS Al-Baqarah:216)

“Harga kebaikan manusia adalah diukur menuurut apa yang telah dilaksanakan atau diperbuatnya”

(Ali Bin Abi Thalib)

“Learn from yesterday, live for today, hope for tomorrow. The important thing is not to stop questioning”

(Albert Einstein)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya kecilku ini untuk orang yang kusayangi:

- ❖ Abah Mamah tercinta, motivator terbesar dalam hidupku yang selalu mendoakanku dan menyayangiku, terimakasih atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarkanku sampai kini.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik iklan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee. Penelitian ini menggunakan data primer. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan memilih kriteria yang telah ditetapkan. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas dan analisis regresi linear berganda dengan terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi. Dengan pengujian hipotesis menggunakan uji signifikansi secara parsial (Uji-t) dan secara simultan (Uji F) serta koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian yakni daya tarik iklan dan harga berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan Kualitas Produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada e-commerce shopee. Perusahaan diharapkan mampu mempertahankan kualitas produk, memahami nilai suatu harga, dan mampu memberikan nilai iklan yang kuat sehingga meningkatkan volume penjualan pada e-commerce shopee.

Kata Kunci : Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This purposes of this research are to know the influence of advertising attractiveness, product quality, and price on purchasing decisions on e-commerce shopee. This study uses primary data. The sample in this study were 100 respondents. The sampling technique uses nonprobability sampling by selecting predetermined criteria. The data analysis technique used is validity test, reliability test and multiple linear regression analysis with a classic assumption test first which includes normality test, heterocedasticity test, muliticolinearity test, autocorrelation test. By testing the hypothesis using partial significance test (t-test) and simultaneously (Test F) and coefficient of determination (R²). The results of the study are the attractiveness of advertising and prices have a positive and significant effect, while Product Quality has no significant positive effect on Purchasing Decisions on e-commerce shopee. The company is expected to be able to maintain product quality, understand the value of a price, and be able to provide strong advertising value so as to increase sales volume in e-commerce shopee.

Keywords : Advertising Attraction, quality of product, price, purchasing decisions

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim

Assalamu'alaikum wr.wb

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, taufik serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)”** yang bertujuan untuk melengkapi syarat mencapai gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis mengucapkan terimakasih atas do'a, dukungan, dan bantuan dari semua pihak yang terlibat dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar. Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta
2. Bapak Dr. Syamsudin, M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E, Msi P.hD. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ibu Dra. Chuzaimah, M.M., Selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar dan tulus dalam memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Edy Purwo Saputro, S.E., M.M. Selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan saran selama Penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membimbing dan

membantu penulis menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

7. Teristimewa kepada kedua orangtuaku, Abah Yakub & Mamah Iin yang selalu memberikan cinta dan kasih sayangnya, terimakasih telah memberikan doa, nasihat, semangat dan dukungan kepadaku sehingga aku dapat menyelesaikan pendidikan S1 dan skripsi ini dengan baik dan lancar.
8. Bani Yakin yang selalu mendoakan, menemani dan memberikan dukungannya dengan penuh kasih sayang.
9. Teruntuk sahabat-sahabatku terimakasih telah memberikanku semangat dan dukungannya yang saling mendoakan dan menguatkan.
10. Kelima orang yang special, Lee Jinki, Kim Jonghyun, Kim Kibum, Choi Minho, Lee Taemin (SHINee) yang selalu memberikanku inspirasi dan motivasi dalam hidupku.
11. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penulis.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan imbalan yang setimpal untuk kebaikan yang telah dilakukan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu penulis membutuhkan kritik, saran dan masukan untuk dijadikan acuan untuk masa yang akan datang. Penulis berharap tugas akhir ini berguna dan memberikan manfaat untuk kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 03 Agustus 2019

Penulis

Fatin Fadila

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5

E. Sistematika Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Pemikiran.....	22
D. Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Jenis Penelitian.....	24
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	24
C. Data dan Sumber Data	28
D. Metode Pengumpulan Data.....	28
E. Desain Pengambilan Sampel.....	30
F. Metode Analisa Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
B. Deskripsi Data.....	39
C. Analisis Data	42
D. Pembahasan.....	53
BAB V KESIMPULAN	56
A. Kesimpulan	56
B. Keterbatasan Peneliti.....	56

C. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3	Karakteristik Pengeluaran Selama Sebulan	41
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Daya Tarik Iklan (X_1)	43
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_2).....	43
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Harga.....	44
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	45
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	45
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas	42
Tabel 4.11	Hasil Uji Heterokedastisitas	48
Tabel 4.12	Hasil Uji Linear Berganda	49
Tabel 4.13	Hasil Uji t.....	51
Tabel 4.14	Hasil Uji F.....	52
Tabel 4.15	Hasil Uji R^2	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	23
------------	--------------------------	----